

## STUDI META ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

M Naufal Riki Syahputra<sup>1</sup>, Widyo Nugroho<sup>2</sup>  
[rikisyahputra@outlook.com](mailto:rikisyahputra@outlook.com)<sup>1</sup>, [widyo@staff.gunadarma.ac.id](mailto:widyo@staff.gunadarma.ac.id)<sup>2</sup>  
Universitas Gunadarma

### ABSTRACT

*This study examines the impact of service quality on customer satisfaction. Through meta-analysis, we integrate findings from various studies to identify key factors influencing customer perceptions of bank service quality. The results indicate that dimensions such as compliance, reliability, tangibles, empathy, and responsiveness individually contribute to customer satisfaction in commercial Islamic banks. However, the assurance dimension does not have a significant effect. The use of the CARTER (combined dimensions) approach is effective in simultaneously influencing customer satisfaction. Additionally, service quality, bank image, and trust significantly enhance customer satisfaction, although satisfaction does not always translate directly to customer loyalty. Notably, product quality has a greater impact on satisfaction compared to service quality. This research suggests that banks should build strong customer relationships and improve service quality to maintain customer satisfaction and loyalty. The responsiveness dimension of service quality emerges as a dominant factor in customer satisfaction, emphasizing the importance of fast and effective service in a competitive banking industry.*

**Keywords:** *Meta-Analysis; Service Quality; Customer Satisfaction; Banking.*

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank. Melalui meta-analisis, studi ini mengintegrasikan temuan dari berbagai penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kepatuhan, keandalan, tangible, empati, dan responsivitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, sementara jaminan tidak memiliki efek yang signifikan. Kualitas layanan, citra bank, dan kepercayaan terbukti meningkatkan kepuasan nasabah, namun kepuasan tidak selalu berkontribusi pada loyalitas nasabah. Kualitas produk ditemukan memiliki dampak yang lebih besar terhadap kepuasan dibandingkan kualitas layanan. Penelitian ini menyarankan bank untuk membangun hubungan yang kuat dengan nasabah dan meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dimensi responsivitas kualitas layanan ditemukan sebagai faktor dominan dalam kepuasan nasabah, menekankan pentingnya layanan yang cepat dan efektif dalam industri perbankan yang kompetitif.

**Kata Kunci:** *Meta Analisis; Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan; Perbankan.*

### PENDAHULUAN

Kualitas layanan merupakan faktor krusial dalam mempengaruhi kepuasan nasabah di sektor perbankan. Dalam era digital saat ini, layanan perbankan semakin beragam dan kompleks, termasuk layanan perbankan daring (online) yang semakin populer. Nasabah mengharapkan pelayanan yang efisien, responsif, dan berkualitas dari bank tempat mereka menyimpan dana dan melakukan transaksi. Kepuasan nasabah menjadi indikator utama keberhasilan suatu bank, karena nasabah yang puas cenderung akan tetap setia dan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis bank.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan meta analisis terhadap pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di berbagai bank. Dengan mengumpulkan data dari berbagai studi sebelumnya, kami akan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan bank. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi bank-bank dalam meningkatkan kualitas layanan mereka dan memastikan kepuasan nasabah tetap terjaga.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

## **METODOLOGI**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah meta-analisis. Analisis meta adalah metode statistik yang menggabungkan hasil dari beberapa studi pada pertanyaan penelitian tertentu. Tujuannya adalah memberikan ringkasan dari semua bukti tentang topik tertentu, yang dapat digunakan untuk sampai pada kesimpulan yang lebih akurat dan dapat dipercaya daripada studi individu saja. Dalam meta-analisis, peneliti mengumpulkan data dari berbagai penelitian yang relevan dengan topik tertentu, kemudian menganalisis data tersebut secara statistik untuk mengidentifikasi pola atau efek yang konsisten di antara penelitian-penelitian tersebut. Dengan demikian, meta-analisis membantu menggabungkan temuan dari penelitian sebelumnya dan memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang suatu fenomena atau pertanyaan penelitian. Misalnya, meta-analisis dapat digunakan untuk menggabungkan hasil-hasil penelitian tentang efektivitas suatu model pembelajaran atau pengaruh suatu intervensi terhadap variabel tertentu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian pada jurnal 1, menunjukkan bahwa secara parsial dimensi kepatuhan, keandalan, tangible, empati, dan responsivitas masing-masing memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah bank komersial syariah. Sedangkan untuk variabel jaminan tidak ada efek yang signifikan. Dalam hal ini penggunaan dimensi CARTER cukup baik karena secara simultan memiliki efek terhadap kepuasan nasabah (Mustofa et al., 2015).

Hasil penelitian pada jurnal 2, menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, citra bank memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain, peningkatan kualitas layanan, citra bank, dan kepercayaan akan meningkatkan kepuasan nasabah. (Pambudi & Soliha, 2022).

Hasil penelitian pada jurnal 3, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, kepuasan nasabah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan kata lain, meskipun kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, hal tersebut tidak secara otomatis meningkatkan loyalitas nasabah (Yaqin & Ilfitriah, 2014).

Hasil penelitian pada jurnal 4, menunjukkan bahwa kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan di bank syariah berada di atas rata-rata (cukup tinggi). Faktor-faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan nasabah adalah responsivitas, kepatuhan, dan empati. Analisis varians menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam kualitas layanan antara bank-bank syariah yang diteliti (Cahyani, 2016).

Hasil penelitian pada jurnal 5, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini menunjukkan bahwa meskipun layanan yang diberikan penting, kualitas produk yang ditawarkan oleh bank memiliki dampak yang lebih besar terhadap tingkat kepuasan konsumen (Lestari & Iskandar, 2021).

Hasil penelitian pada jurnal 6, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Citra bank

juga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, namun tidak sekuat pengaruh kualitas pelayanan dan produk. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya mempertahankan standar tinggi dalam pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh bank untuk memastikan kepuasan nasabah, terutama selama masa pandemi COVID-19 yang menantang (Sari et al., 2021).

Hasil penelitian pada jurnal 7, menunjukkan bahwa kualitas layanan, persepsi nilai, kepercayaan, dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas nasabah. Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persepsi nilai memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas layanan dan kepercayaan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menyarankan agar bank membangun hubungan yang kuat dengan nasabah dan menyediakan kualitas layanan yang lebih baik untuk mengurangi perilaku nasabah beralih ke layanan bank lain (Setiawan, 2016).

Hasil penelitian pada jurnal 8, menunjukkan bahwa semua dimensi kualitas pelayanan, yang meliputi bukti fisik, responsivitas, kehandalan, jaminan, dan empati, memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah, akan semakin meningkat pula kepuasan nasabah (Hamzah et al., 2019).

Hasil penelitian pada jurnal 9, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan CARTER terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin karena seluruh nilai T-Statistics berada di atas 1,960. Dimensi yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi compliance, yang berkaitan dengan penerapan prinsip syariah Islam (Khaliq, 2019).

Hasil penelitian pada jurnal 10, menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu, variabel kepuasan nasabah juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Wijayanto et al., 2015).

Hasil penelitian pada jurnal 11, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Nagari cabang Muaralabuh. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah (Monica et al., 2023).

Hasil penelitian pada jurnal 12, menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini menandakan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh bank memiliki dampak yang lebih besar terhadap tingkat kepuasan nasabah dibandingkan dengan kualitas layanan yang diberikan (Andriyani & Eko Ardianto, 2020).

Hasil penelitian pada jurnal 13, menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan (keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi responsivitas dari kualitas layanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah. Uji koefisien determinasi menunjukkan Adjusted R<sup>2</sup> = 0,385; artinya variabel keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik menjelaskan sekitar 38,5% kepuasan nasabah, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain (Maciej Serda et al., 2010).

Hasil penelitian pada jurnal 14 dengan menggunakan model Structural Equation Modeling (SEM) menunjukkan bahwa:

1. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Nilai untuk nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
5. Kualitas layanan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
6. Kualitas produk memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
7. Nilai untuk nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Temuan teoretis yang mengarah pada teori yang dikembangkan adalah kualitas layanan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun, pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan kualitas produk memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun, pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dimediasi oleh kepuasan nasabah (Hidayat, 2009).

Hasil penelitian pada jurnal 15, menunjukkan bahwa secara parsial, kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo. Namun, kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar Bank SulutGo mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang ada untuk meningkatkan kepuasan nasabah (Mawey et al., 2018).

Hasil penelitian pada jurnal 16, menunjukkan bahwa hanya empat dimensi—harga, portofolio layanan, keandalan, dan bukti fisik—berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah juga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Sementara itu, tiga dimensi lainnya tidak memiliki efek signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menekankan pentingnya kualitas layanan perbankan dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah (Wijaya et al., 2017).

Berdasarkan 16 jurnal yang menjadi jurnal sumber, berikut adalah hasil dari pembahasannya:

1. Dimensi Kualitas Layanan: Sebagian besar jurnal menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti kepatuhan, keandalan, tangible, empati, dan responsivitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Namun, dimensi jaminan tidak selalu menunjukkan efek yang signifikan. Dimensi CARTER, yang mencakup compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness, secara umum dianggap memiliki efek positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Kualitas Produk dan Kualitas Layanan: Beberapa jurnal menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan nasabah dibandingkan dengan kualitas layanan. Ini menunjukkan pentingnya bank untuk memfokuskan pada peningkatan kualitas produk mereka.
3. Citra Bank dan Kepercayaan: Citra bank dan kepercayaan terhadap bank juga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Ini menekankan pentingnya membangun citra yang baik dan menjaga kepercayaan nasabah.
4. Hubungan dengan nasabah: Bank disarankan untuk membangun hubungan yang kuat dengan nasabah, meningkatkan kualitas layanan dan produk, serta mempertahankan standar tinggi selama masa pandemi untuk memastikan kepuasan nasabah.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas layanan, termasuk dimensi kepatuhan,

keandalan, tangible, empati, dan responsivitas, umumnya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di berbagai bank, termasuk bank syariah. Bank disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, terutama selama masa yang menantang seperti pasca pandemi COVID-19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, M., & Eko Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank: EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/EKOMABIS.V1I02.73>
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 6(2), 151–162. <https://doi.org/10.15408/ESS.V6I2.3570>
- Hamzah, Z., Purwati, A. A., Riau, U. I., Tinggi, S., Ekonomi, I., Indonesia, P., & Com, Z. U. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 3(1), 98–105. <https://doi.org/10.31539/COSTING.V3I1.846>
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/JMK.11.1.PP>
- Setiawan, H. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NILAI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA LAYANAN MOBILE BANKING. Jurnal Keuangan Dan Perbankan, 20(3), 518–528. <https://doi.org/10.26905/JKDP.V20I3.269>
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. Journal of Economic and Management (JECMA), 3(2), 1–9. <https://doi.org/10.46772/JECMA.V2I1.513>
- Khaliq, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. Relevance: Journal of Management and Business, 2(1). <https://doi.org/10.22515/RELEVANCE.V2I1.1609>
- Maciej Serda, Becker, F. G., Cleary, M., Team, R. M., Holtermann, H., The, D., Agenda, N., Science, P., Sk, S. K., Hinnebusch, R., Hinnebusch A, R., Rabinovich, I., Olmert, Y., Uld, D. Q. G. L. Q., Ri, W. K. H. U., Lq, V., Frxqwu, W. K. H., Zklfk, E., Edvhg, L. V, ... )2010). فاطمی, ح. PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH. JURNAL EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN, 10(2), 343–354. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>
- Mawey, T. C., Tumbel, A. ., & Ogi, I. W. J. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SULUTGO. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(3), 1198–1207. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V6I3.20106>
- Monica, C., Marlius, D., Keuangan, A., & Padang, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. JURNAL PUNDI, 7(1), 53–62. <https://doi.org/10.31575/JP.V7I1.465>
- Mustofa, U. A., Siyamto, D. Y., & Surakarta, S. A. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah di Surakarta. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 1(02). <https://doi.org/10.29040/JIEI.V1I02.32>
- Pambudi, T., & Soliha, E. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA BANK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 4(Special Issue 3), 1267–1287. <https://doi.org/10.32670/FAIRVALUE.V4ISPECIAL>
- Sari, R. R., Marnisah, L., & Zamzam, F. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH ERA COVID 19 (STUDI KASUS DI PT. BANK MANDIRI KANTOR CABANG

- PALEMBANG). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPro)*, 2. <https://doi.org/10.35908/ijmpro>
- Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>
- Wijayanto, K., Jl Ahmad Yani, P., & Pos, T. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 17(1), 38–45. <https://doi.org/10.23917/DAYASAING.V17I1.2272>
- Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK PENGGUNA E-BANKING DI SURABAYA. *Journal of Business & Banking*, 4(2), 245–160. <https://doi.org/10.14414/JBB.V4I2.375>.